

PROGRAMA DEL CURSO DE DIRECCIÓN EN CENTROS COMERCIALES

AREA: Entorno y escenarios globales
Coordinador: Arcadio Gil

CONTENIDO
1. Introducción al módulo
2. Origen, desarrollo y tipología de los Centros Comerciales y de Ocio
3. El Entorno Económico
4. Los Estudios de Mercado
5. El Consumidor y su evolución
6. La Oferta Comercial
7. La Concepción Arquitectónica
8. La Promoción y la Construcción
9. La Financiación y la Inversión
10. Las Tendencias del Futuro
11. El Balance Social

AREA: Marco Jurídico

Coordinador: Manuel Liedo

CONTENIDO

1. Introducción al régimen jurídico de los Centros Comerciales. Importancia de los aspectos jurídicos.

2. Régimen jurídico de los Centros Comerciales

- 2.1. El Centro Comercial: Tratamiento y usos del suelo.
- 2.2. Creación, normativa aplicable, licencias y procedimientos
- 2.3. Regulación jurídica interna
- 2.4. Ley del comercio minorista y legislación autonómica
- 2.5. Normativa general. Cómo funciona un Centro Comercial. Estatutos y Reglamento
- 2.6. Aspectos fiscales

3. Arrendamientos urbanos, Compraventa y Propiedad Horizontal

- 3.1. Aspectos prácticos del régimen de arrendamiento
 - 3.1.1. Formulación del contrato de arrendamiento, cláusulas y modificación.
 - 3.1.2. Incumplimiento del contrato y procedimiento de desahucio, tramitación.
- 3.2. Gestión Patrimonial. La Compraventa y la Ley de Propiedad Horizontal y sus implicaciones

4. Legislación mercantil aplicable

- 4.1. Derecho de los consumidores
- 4.2. Contratación Mercantil: contratos de limpieza, seguridad, obras, seguros
- 4.3. Marcas
- 4.4. Internet y el Centro Comercial

5. Otros aspectos jurídicos

- 5.1. La responsabilidad civil y penal
- 5.2. Tratamiento de las incidencias derivadas de la actividad del centro

AREA: Gestión operativa

Coordinador: Isabel Robles

CONTENIDO

1. Introducción: Marco Global de Actuación

1.1. El Centro Comercial como objeto de Gestión

1.2. Organización humana de la gestión

1.3. Destinatarios de la gestión

2. Gestión Económico-Administrativa

2.1. Registros Administrativos

2.2. Documentación en poder del Gerente

2.3. El presupuesto

2.4. Gastos

2.5. Ingresos

2.6. La Contabilidad como herramienta de gestión

3. Gestión Técnico-Inmobiliaria

3.1. El Centro como Inmueble

3.2. Mantenimiento de instalaciones

3.3. Seguridad y Limpieza

3.4. Equipamiento

3.5. Gestión de las obras privativas

4. Gestión Comercial

4.1. Comunicación con los operadores

4.2. Formación

4.3. Control de la actividad Comercial

4.4. Las cifras de ventas como herramienta de gestión comercial

4.5. Aprovechamiento de espacios comunes

5. Gestión como Patrimonio Activo

5.1. El centro desde la perspectiva patrimonial

5.2. El informe de gestión

5.3. La recomercialización

5.4. Valoración de inmuebles

5.5. Revalorización

AREA: Marketing

Coordinador: Sebastián Fernández de Lara

CONTENIDO

1. Funciones y herramientas

- 1.1. Introducción al Marketing General
- 1.2. Herramientas de Marketing
- 1.3. Producto, Precio, Publicidad, Distribución, Promoción
- 1.4. Políticas de Marketing

2. Introducción al Marketing de Centros Comerciales

- 2.1. El cliente
- 2.2. La Gestión del Marketing en las diferentes fases de la vida de un centro

3. Investigación y Análisis de Mercados

- 3.1. La investigación previa a la apertura
- 3.2. La investigación posterior a la apertura

4. Producto

- 4.1. La marca
- 4.2. El Servicio y la atención al cliente

5. Publicidad /Comunicación externa

- 5.1. Publicidad
- 5.2. Comunicación Externa
- 5.3. Relaciones Públicas

6. Promociones y animaciones

- 6.1. Estrategias de fidelización
- 6.2. Tipos de promociones y animaciones. Objetivos
- 6.3. Esponsorización de actividades
- 6.4. La participación y la implicación del comerciante
- 6.5. Fórmulas de aprovechamiento de zonas comunes
- 6.6. Impuestos y permisos

7. Estrategias y plan de marketing

- 7.1. Análisis de situación
- 7.2. DAFO
- 7.3. Objetivos
- 7.4. Segmentación y Posicionamiento
- 7.5. Estrategias
- 7.6. Programa de acciones
- 7.7. El presupuesto
- 7.8. Seguimiento, medición y control de los resultados
- 7.9. Los Premios Jean Louis Solal, Maxi y de la AECC

AREA: Comportamiento humano organizativo

Coordinador: Ana Abril

CONTENIDO

1. Cultura de la organización y dirección de personas

2. Políticas y funciones de RRHH

2.1. Gestión por competencias. Visión estratégica de los RRHH

2.2. Comunicación Interna

2.3. Formación

2.4. Relaciones Laborales

3. Gestión del conocimiento y aprendizaje organizacional. El trabajo en equipo como clave de aprendizaje

4. Competencias directivas

4.1. Dirección de equipos

4.2. Liderazgo

4.3. Motivación y automotivación

4.4. Comunicación Interpersonal

4.5. Gestión de Conflictos

AREA: Tecnología aplicada y gestión integral

Coordinador: Gonzalo Ortiz

CONTENIDO

1. Definición de estrategia tecnológica

2. Sistemas informáticos para la gestión operativa de centros comerciales

2.1. Implantación del Sistema de Gestión

2.2. Control de Cartera

2.3. Gestión Contractual

2.4. Mantenimiento y Actualizaciones del Sistema de Gestión.

3. Sistemas de relación con clientes desde las nuevas tecnologías

3.1. Nuevas Tecnologías en las Relaciones Comerciales

3.2. Nuevas Tecnologías como Herramienta de Marketing

4. Inteligencia de negocio y nuevas tecnologías: Control presupuestario

4.1. Elaboración del Presupuesto de Ingresos y Gastos

4.2. Análisis y Control de Desviaciones Presupuestarias

5. Inteligencia de negocio y nuevas tecnologías: Control de ventas y afluencias

5.1. Seguimiento, Control y Análisis de las Ventas y Afluencias